

## **BAB 6**

## **PENUTUP**

## BAB 6

### PENUTUP

#### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan dapat diambil kesimpulan utama, yaitu:

1. Desain *database* DSS pada MKIS dapat membantu meningkatkan strategi CRM dengan menggunakan *m-commerce* pada PT. Melilea International di Indonesia dengan cara sebagai berikut:
  - *M-commerce* ini membantu para anggota Melilea khususnya yang memiliki mobilitas tinggi dan/atau berada di luar daerah.
  - Tampilan *m-commerce* dan *website* Melilea yang *user friendly* akan membantu meningkatkan CRM Melilea yang dapat berdampak pada intensitas hubungan yang lebih tinggi serta peningkatan pada omset penjualan.
2. Sistem Informasi Pemasaran yang disusun dengan DSS dan *Expert System* akan meringankan kerja administrator, manajemen dan *upline* untuk menjaga dan mengawasi perkembangan jaringan.
3. Selain itu, *m-commerce* Melilea dapat meningkatkan daya saingnya karena desain *m-commerce* yang disediakan oleh Melilea sangat lengkap dan dapat

menampilkan laporan serta pengumuman, selain dapat melakukan berbagai transaksi. Hal ini belum ditemukan pada pesaing lainnya.

## 6.2. Saran

Agar kinerja dan kelancaran penggunaan fasilitas ini dapat berjalan dengan baik, maka perusahaan disarankan untuk melakukan beberapa hal antara lain:

1. Melakukan sosialisasi yang intensif dan kontinu, baik secara manual maupun melalui *website* sehingga setiap distributor dapat memahami dan mau menggunakan fasilitas tersebut.
2. Pelatihan penggunaan *website* dan *m-commerce* di tiap negara minimal untuk para *leader* sehingga dapat diteruskan ke masing-masing jaringan.
3. Terdapat pengamanan yang senantiasa di-*update* oleh pihak perusahaan sehingga pengguna dapat menggunakan fasilitas tersebut tanpa adanya gangguan dan kekhawatiran akan terjadi pencurian serta penyalahgunaan data.
4. Perusahaan dengan berkala melakukan pemantauan terhadap bentuk-bentuk CRM yang lainnya sehingga perusahaan senantiasa dapat memberikan keunggulan bersaing yang baru bagi para distributornya.
5. Berdasarkan sistem dan CRM yang berlaku, disarankan bagi perusahaan untuk terus melakukan pemantauan dan antisipasi terhadap perusahaan strategi sehingga senantiasa dapat lebih unggul dibandingkan perusahaan pesaingnya dan memberikan layanan yang melebihi ekspektasi para distributornya, sehingga tercipta loyalitas pelanggan.

**DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR PUSTAKA

### Daftar Buku dan Jurnal

- Arifin, Inang Aria (2010). *Tesis: Penyempurnaan Database Transaction Processing System yang Mendukung Customer Relationship Management yang Menggunakan M-Commerce pada PT. Ulbys Sangkaraya Balikpapan*.  
Surabaya : Universitas Airlangga Program Studi Magister Akuntansi
- Chaharbaghi Kazem and Richard Lynch (1999). *Journal Management Decision* vol. 37, 1st issue, *Sustainable Competitive Advantage: towards a dynamic resource-based Strategy*, pp. 45-50.  
Available: <http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2002/12/110000016349/sustainableca.pdf>
- Denzin, N.K., Lincoln Y.S (Ed.) (1994). *Handbook of qualitaty research*. California: Sage Publications, Inc.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2009). *Marketing Management* 13<sup>th</sup> edition.  
New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Kurniasin, N.R. (2006). *Tugas Akhir: Perencanaan dan Pembuatan Sistem Teleshopping berbasis WAP*, p. 36.
- Laudon, Kenneth C. and Jane P. Laudon (2006). *Management Information Systems*.  
10th edition. New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River.
- \_\_\_\_\_ (2010). *Management Information Systems*.  
11th edition. New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River.

McLeod, Jr., Raymond and George Schell (2001). *Management Information Systems*. 8<sup>th</sup> edition. New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River.

---

(2007). *Management Information Systems*. 10<sup>th</sup> edition. New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River.

Miles, M.B., Huberman A. M. (1992). *Analisis data kualitatif : Buku sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta : Universitas Indonesia

Moleong, L.J. (2001). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Murti, B. (2006). *Desain dan ukuran sampel untuk penelitian kuantitatif dan kualitatif di bidang kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

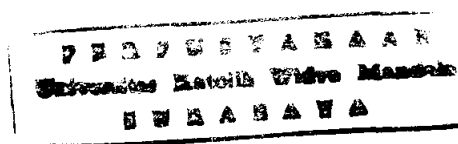
Nistains, Van (2009). *Multilevel Marketing Plus*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Schneiderman, Ron (2000). *The Mobile Technology: Question and Answer Book*. New York: Amacom.

Turban, Ffraim, Dorothy Leidner, Ephraim McLean and Janies Wetherbe (2006). *Information Technology for Management*. 5<sup>th</sup> Edition. danvers: John Wiley.

Turban, Efraim, Jae Lee, David King and H. Michael Chung (2000). *Electronic Commere, A Managerial Prespective*. 1<sup>st</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River.

Yin, Robert K. (2003). *Studi kasus: Desain dan metode*. (Terjemahan). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada



**Daftar Website**

[www.plasmedia.com](http://www.plasmedia.com)

[www.melita.com](http://www.melita.com)

[www.amvay.co.id](http://www.amvay.co.id)

[www.tiensna.com](http://www.tiensna.com)

[www.k-link.co.id](http://www.k-link.co.id)